

Area

TREND MERCATI

Anno 2017

N. Doc

B-3

Pagine

3

TITOLO

Barometer & Sentiment

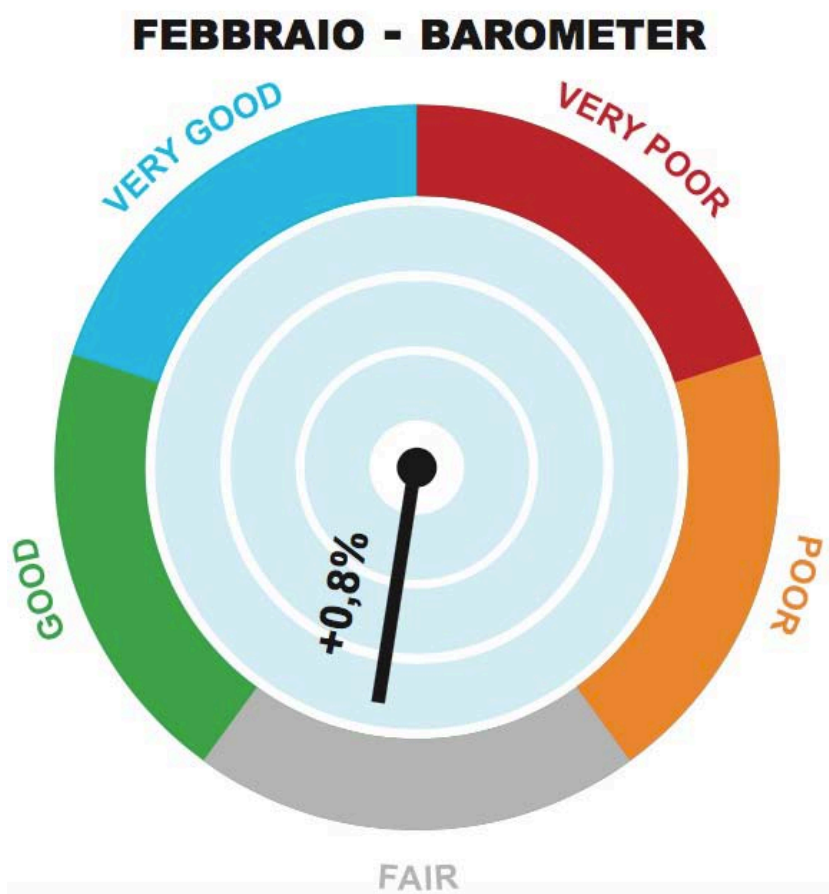
Andamento degli investimenti pubblicitari

Fonte

Elaborazioni ANES MONITOR su analisi BRAND NEWS

Per avere una stima attendibile dello stato di salute del mercato degli investimenti pubblicitari, il sito Brand News elabora periodicamente una elaborazione ponderata delle previsioni dei principali centri media, sintetizzata a colpo d'occhio da tre sintetici indicatori.

Le previsioni riguardano gli investimenti delle aziende in pubblicità (tv, stampa, radio, esterna, cinema e internet), digital e social. Sono esclusi gli investimenti in classified e direct mail. I dati non sono quindi confrontabili con quelli di Nielsen.

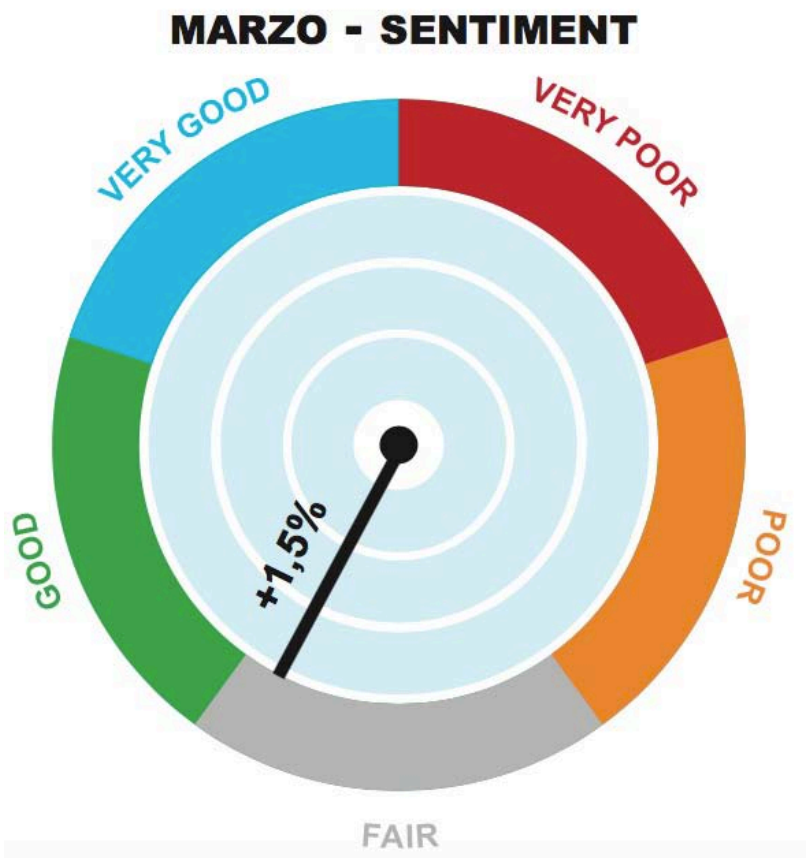


L'indicatore Barometer attiene al corso degli investimenti del mese di febbraio.

Segno moderatamente positivo per gli indicatori sia per il mese di febbraio che per quello di marzo. Ricordiamo che gli andamenti sono condizionati dal confronto con gli stessi mesi dell'anno passato, in cui febbraio evidenziava un risultato tra i migliori degli ultimi tempi e marzo scontava la presenza delle festività pasquali.

L'andamento di febbraio è sostenuto dal web e dai suoi big, dalla tv (Sanremo è un traino importante) e ancora dalla radio. Rispetto a un anno fa, l'out-of-home sconta l'assenza delle telco.

L'indicatore Sentiment stima l'andamento degli investimenti del mese di marzo che, come detto, dovrebbe essere caratterizzato da una crescita più incisiva.



L'indicatore Forecast infine proietta le stime sulla chiusura dell'anno in corso.

